

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis mengalami perubahan dan semakin sulit diprediksi. Adanya perubahan yang terjadi disebabkan oleh pola pikir masyarakat yang berkembang, gaya hidup, dan teknologi yang dipengaruhi oleh globalisasi. Konsumen menginginkan produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harga dan kebutuhan yang diinginkan. Hal ini dikarenakan pelanggan semakin selektif dalam pemilihan produk untuk digunakan atau dikonsumsi (Prayuana dan Andjarwati, 2013). Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan harus mempunyai inovasi yang menarik karena adanya persaingan yang semakin ketat.

Alternatif yang beragam membuat para konsumen rentan dalam perubahan. Para perusahaan harus mampu mengikuti konsumen dengan keinginannya. Sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan (Kotler, 2006). Perusahaan harus memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2011).

Semakin berkembangnya masyarakat modern menyebabkan semakin banyak masyarakat yang mempunyai berbagai macam kegiatan dan pekerjaan diluar rumah seperti yang dilakukan para mahasiswa atau pekerja pria dan wanita. Hal ini mengakibatkan masyarakat melakukan hal-hal yang praktis untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari dengan cara membeli makanan dan minuman di luar rumah. Karena dengan hal tersebut masyarakat bisa memilih berbagai macam pilihan menu makanan dan minuman, selain itu tempat makan yang tenang dan nyaman juga menjadi prioritas.

Seiring dengan perkembangan zaman, industri dibidang kuliner mengalami kenaikan yang cukup pesat, dengan hal ini menjadikan para perusahaan atau wirausahawan memanfaatkan peluang tersebut. Makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, untuk menarik minat konsumen suatu perusahaan menciptakan makanan dan tempat yang menarik untuk masyarakat. Ayam goreng kremes merupakan salah satu menu makanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. oleh karena itu banyak produsen yang menggunakan ayam goreng kremes tersebut menjadi andalan rumah makan mereka. Meskipun menu ayam goreng kremes menjadi favorit masyarakat, produsen tetap mengutamakan produk yang berkualitas dan tempat yang nyaman bagi para konsumennya. Dalam industri restoran yang sangat kompetitif, menarik pelanggan dengan layanan yang berdedikasi dan makanan yang berkualitas tinggi penting untuk keberhasilan bisnis (Gilbert *et al.*, 2004). Untuk dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan

yang terbaik dan berkualitas. Suatu perusahaan juga perlu melakukan pendekatan kepada konsumen untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dengan begitu pelanggan akan mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap. Dalam hal ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya, kualitas produk yang mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk Kotler dan Amstrong (2006).

Menurut Simamora (2003) promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga. Promosi adalah komunikasi oleh pemasaran yang menginformasikan dan mengingatkan calon pembeli tentang sebuah produk untuk mempengaruhi suatu pendapat atau memperoleh suatu respons (Lamb *et al.*, 2001).

Menurut Lewis (1997) harga merupakan jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima penjual. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya Swastha (2002). Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan untuk mendapatkan laba. Setiap pelaku usaha berusaha menetapkan harga yang terjangkau agar dapat lebih unggul dari pesaingnya (Yanuar *et al.*, 2017).

Menurut Kotler (2009) kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Menurut Tjiptono (2004) kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam menyampaikannya akan menyebabkan terjadinya kesesuaian antara harapan dan penerimaan konsumen ketika memasarkan sebuah merek.

Menurut Tjiptono (2005) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Gramer dan Brown (2006) memberikan definisi mengenai loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.

Menurut Tjiptono (2014) loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kepuasan konsumen. Dengan

hal ini membuat Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen mempunyai keinginan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin tinggi agar mendapatkan pasar yang optimal. Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen yaitu rumah makan yang juga menyajikan berbagai sayuran dan lauk pauk pendampingnya. Terletak Sragen Manggis, Sragen Wetan, Sragen. Dengan adanya Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen membuat para pecinta ayam kremes dapat menikmati ayam kremes yang mempunyai cita rasa lokal dan nikmat.

Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen mengalami tingkat kenaikan penjualan pada bulan Januari-April 2018, akan tetapi Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen juga mengalami tingkat penurunan penjualan di bulan Mei 2018, yang kemudian mengalami kenaikan kembali pada bulan Juni-Juli 2018. Dibawah ini merupakan data penjualan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen bulan Januari-Juli tahun 2018 :

Tabel 1.1 Data Penjualan
Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen Tahun 2018 :

Bulan	Data Penjualan
Januari	342,090,000
Februari	346,200,000
Maret	351,480,000
April	363,900,000
Mei	352,080,000
Juni	356,400,000
Juli	373,800,000

Sumber : Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen, 2019

Hal ini mungkin terjadi karena ada faktor penyebab yang muncul dari para pesaing bisnis makanan lainnya, atau karena kurangnya kualitas produk,

promosi, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen tidak mendapatkan tingkat kepuasan.

Dalam persaingan bisnis kuliner, restoran tidak bisa hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi restoran juga harus mengutamakan promosi, harga dan kualitas pelayanan. Dengan konsep promosi dan kualitas pelayanan yang baik, serta kestabilan harga diharapkan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny di Sragen dapat menarik minat konsumen yang lebih banyak lagi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, harga, dan kualitas pelayanan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?

3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?
6. Bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?
7. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?
8. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?
9. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.

3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.
6. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.
7. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.
8. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.
9. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny Sragen.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat praktis dan teoritis:

1. Manfaat praktis

Memberikan informasi bagi dunia bisnis khususnya pada industri makanan agar dapat meningkatkan pelayanan dan penjualan dimasa mendatang. Sehingga penelitian ini dapat digunakan untuk dasar pemikiran dan pertimbangan pada pasar global.

2. Manfaat teoritis

Memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran, sebagai acuan studi ilmiah tentang bagaimana menganalisis

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian di Rumah Makan Ayam Kremes Mbak Eny. Selain itu juga untuk memberikan informasi, bahan referensi, dan bacaan yang dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi dalam lima bab yang akan disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang terdiri dari pembahasan mengenai loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, pembahasan mengenai kualitas produk, pembahasan mengenai promosi, pembahasan mengenai harga, pembahasan mengenai kualitas pelayanan, penelitian terdahulu, model penelitian serta hipotesis dan pengaruh antar variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian seperti jenis dan desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan dan data metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisis data beserta pembahasan hasil temuan yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan pokok analisa yang mencoba untuk menarik kesimpulan dan isi penelitian secara singkat serta memberikan saran-saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, serta keterbatasan yang terdapat dalam penelitian.